

3(5)#16 2014

UDK 82-91:338.35
Pregledni članak
Review article
Primljeno: 18.7.2014.**Miomir Petrović i Ivana Ercegovac**

Fakultet za kulturu i medije, Megatrend univerzitet, Beograd

mpetrovic@megatrend.edu.rs
ercegovac@yahoo.com

Elipsa suvremenog čitanja ili žanrovske besmislice

Sažetak

Književna ili, bolje reći, izdavačka hiperprodukcija u ekonomskoj borbi pretvorila je knjigu između ostalog i u tržišni proizvod, a trend bjesomučnog tiskanja iznjedrilo je i neke nove književne ili „književne“ žanrove. Nova literatura, može se reći, uprostila je jezik, ali donekle i samu književnost. Tako je pojava takozvanog „ženskog pera“ (chick lit – literature for chicks) u mnogome obezvrjedila i ponizila „žensko pismo“ – francusku feminističku kritiku društva, a pojava „aerodromskog romana“ još više je uprostila triler, lagano štivo, samo po sebi.

Rad problematizira pojavu novih žanrova kao način dodvoravanja ciljanim grupama, što ujedno pospješuje dekadenciju književnosti kao umjetnosti. Također, problematizira i pitanje „lakoće“ literature, odnosno, pokušava odgovoriti da li sve „lakši“ pisac uzrokuje „lakši“ mozak čitatelja.

Ključne riječi: književnost, inteligencija, žanrovi, laka literatura, dekadencija umjetnosti.

Uvod

Posljednjih nekoliko desetljeća naročito je primjetna tendencija da je moderni umjetnik, odnosno pisac, svom proizvodu mahom dodijelio praktičnu svrhu te da je svoju kreativnost zadržao na čisto komercijalnom nivou. Govoreći ovome u prilog, sociološke promjene stvorile su nove, drugačije sheme i obrasce prema kojima umjetnost, kao jasno opredmećenje kulture, treba promišljati isključivo kroz aktualni društveni poredak, odnosno ekonomiju koja suvereno dominira svim drugim poljima suvremenog života. Sagledavajući književnost u tim okvirima, dolazi se do zaključka da je izdavačka hiperprodukcija u toj ekonomskoj borbi pretvorila knjigu prvenstveno u tržišni proizvod. Društveni sustav tzv. zapadne civilizacije u cjelini, možda s pravom, prihvaća vrijednosti koje donose demokracija i liberalizam. Međutim, na umjetničkom polju, ti isti valeri ne mogu opstati u originalnom poretku, jer tako postavljeni urušavaju sustav unutar same umjetnosti. Spomenuta hiperprodukcija omogućava pravo da se iskaže svatko, a ponajmanje onaj tko treba progovoriti. Što ovakvo stanje suštinski podrazumijeva? Natjecanje u dopadljivosti prema publici s vremenom je počelo iziskivati svojevrstu inovaciju kako tema, tako i pravaca u kojima se stvaratelji kreću. Jezik je pojednostavljen, postavljeni su novi okviri. Nova literatura koja želi zadovoljiti čitalačke potrebe upravo svojim liberalnim stavom u književnost uvodi i pojam „ciljane grupe“, pa se tako pored romanse i melodrame uvodi i odrednica kao što je *chick lit* (*literature for chicks*), ili fenomen „aerodromskog romana“ koji bi trebao predstavljati neku vrstu trilerskog derivata. Chandler u svom eseju „Uvod u teoriju žanrova“ naglašava kako konvencionalne definicije žanrova imaju tendenciju da budu zasnovane na ideji da oni predstavljaju naročite konvencije sadržaja (kao što su teme ili postavke) i/ili oblik (uključujući strukture i stil) koje dijele s tekstovima koji se smatraju pripadajućim tim konvencijama (Chandler, 2000: 2). Međutim, seciranje i redukcija već postojećih oblika (književnih žanrova), čini se, ide u nedogled, a samim tim usporedo se odvija i redukcija kvalitete. Žurba za objavljivanjem, a ujedno i trka za tiražom, čini se da dovodi autora do situacije u kojoj se on daleko više bavi istraživanjem i otkrivanjem svog segmenta tržišta, odnosno u publike, a mnogo manje samim stvaranjem djela. Novi poredak u društvu, pa samim tim i u umjetnosti tj. umjetničkoj djelatnosti, pored u neku ruku moralnog, podrazumijeva i materijalno priznanje. S pojavom kapitalizma u suvremenom društvu javilo se i, kako ga Weatherill naziva, kulturno cijepanje (Weatherill, 2005: 90), kada pojedinac prestaje biti osnovni dio zajednice, a sve više postaje individualac, odnosno jedinka, sama za sebe. U tom sustavu, umjetnik je obrtnik koji rezultate svoga rada vrednuje kroz materijalno. Što je pogrešno?

(Kontra)produktivnost analiziranja ciljanih grupa

U umjetničkoj prozi, naime, ne postoji kategorija „ciljane grupe“, a pisac želi komunicirati putem svog djela, isključivo na indirektan način. Za njega postoji imaginaran, idealan čitatelj, čije konture tek nazire. Zapravo, nije pogrešno ni ako se kaže da većina pisaca piše ono što bi oni sami, kao čitatelji, voljeli pročitati i da djelo, najčešće, ne bi trebalo sastavljati po aršinima određene mode, tržišta ili kako bi se dodvorilo posebnoj vrsti čitatelja. Problem, možda, između ostalog, leži i u tome što je danas razlika između umjetničkog i kreativnog, gotovo nevidljiva, te mali broj recipijenata može razlučiti da, kada je u pitanju književnost, svaki literarni pokušaj predstavlja donekle zadiranje u vještinu kreativnog pisanja i ovladavanje njome, ali da s druge strane svaki pokušaj te vrste nužno ne rađa umjetničko djelo. Dakle, može se reći da samo u uvjetima u kojima ne vladaju pritisci standarda, već oni unutrašnji, osobni, nastaje umjetnost. Povijest pokazuje kako u spomenutim okvirima neki umjetnički izrazi nisu uspjeli doživjeti besmrtnost, nego naprotiv, pali su u zaborav daleko brže nego što im je bilo potrebno da se utjelove u svijetu umjetnosti. Između ostalih, jedan od razloga je upravo pokušaj komercijalizacije umjetničkog rada. Pokušaj za novom, „po svaku cijenu“ drugačijom formom koja će umjetnika, a ne ideju staviti u prvi plan, gotovo uvijek se završio propašću izraza, a nerijetko i umjetnika. S druge strane, recipijenti/čitatelji drugačije će se odnositi i oblikovati prema jednoj (ciljanoj), a drugačije prema drugoj (nenamijenjenoj) vrsti teksta, jer nova vrsta „otvorene forme“ suvremene umjetnosti u većini slučajeva ne dijeli više čitatelje, odnosno recipijente poruke na, kako Eco definira, semantičke i kritičke (Eco, 2001: 29), već ostavlja potpuno otvoren i slobodan prostor konzumentu kulture i njenih proizvoda u kojem djeluje da sâm recipijent postane važniji od samog djela i njegovog stvaratelja. Tako danas umjetnik ili „umjetnik“ ugađa svojoj publici, baveći se istraživanjem onog segmenta tržišta na kojem „posluje“, generirajući kreativna „rješenja“ koja će „njegova“ publika odobravati i „konzumirati“. Fenomen „jednog hita“, kako u književnosti, tako i u drugim umjetničkim djelatnostima, može se objasniti upravo ovom teorijom. Naime, moda je prolazna, a publika koja sebe određuje mjerilima trenutnog standarda prepoznaje manirizam i već sa sljedećim izdanjem odbacuje ponuđeni model i traži neki drugačiji, zanimljiviji.

Čitanje je interrealacija između djela i čitatelja/recepcijenta u svom osnovnom vidu, ali i čitatelja/recepcijenta sa samim autorom (na latentnom, manje vidljivom polju). Međutim, to nije samo interrelacija, nego čitav sklop interrelacijskih odnosa, odnosno međuodnosa koji nemaju uvijek isti vektor kretanja. Taj sklop ovisi o tome „tko je“ napisao djelo koje čitatelj percipira, „što je“ to djelo i, najzad „tko je“ onaj koji čita. Odnosno, o kakvom je čitatelju riječ.

Čitati znači ne samo prepoznavati slovne i znakovne odrednice, razumjeti jezik ili temu o kojoj se pripovijeda već graditi odnos prema djelu (pa time i prema piscu), interpretirati, pronalaziti najfinije i gotovo neprimjetne nanose koje je svjesno unio pisac ili ih prepoznaje čitatelj/recepcijent, dok pisac uopće ne mora biti svjestan svakog od tih značenja. Čitati znači, isto kao i pisati – komunicirati.

Ovoj tvrdnji idu na ruku ne samo komunikološka, već i psihološka istraživanja. Naime, studije pokazuju da je za razvoj kristalizirane inteligencije koja se stječe učenjem itekako važno i što se čita. „Kristalizirana (stečena) inteligencija obuhvaća širinu i prefinjenost znanja. To je inteligencija stečena osobnim iskustvom i obrazovanjem, to jest usvajanjem intelektualnih vrijednosti vlastite i univerzalne kulture; vještine i kompetencije uvjetovane kulturom, obrazovanjem i motivacijskim faktorima.“ (Milivojević, 2011: 155) Drugim riječima, svaki izbor literature odnosno štiva za čitanje utjecat će na svaki sljedeći izbor. Upravo zbog toga mora se imati u vidu da suvremeni čitatelj nije netko tko štivu pristupa bez predznanja o literaturi. Naravno, on ne mora biti stručan niti verziran, ali medijski je čovjek – a suvremeni čovjek jest medijski čovjek – već pročitao mnoga djela i pristupa novom štivu s određenim očekivanjem.

S tim u vezi primjetan je trend u izdavaštvu da već na koricama knjige – likovnim rešenjem korice, kratkim sloganom (takozvani K1) koji treba zaintrigirati kupca, kratkim sažetkom ili biografijom pisca na poleđini knjige (takozvani K4), blurbovima (izvedenicama iz prikaza djela u prestižnom tisku – uzmimo najtrivijalniji primjer: *Fascinantno štivo koje se čita u jednom dahu*, *Washington Post*) – pokušava „pogoditi“ prethodno predviđen segment publike i preporukom, mistifikacijom „prelomiti“ čitatelja da kupi knjigu. Samim tim možemo reći da već u knjižari u budućem čitatelju/recepcijentu izdavač pokušava „stvoriti određeni horizont očekivanja“. U prilog ovoj tvrdnji ide i istraživanje metodom fokus grupe iz 2006. godine⁴⁵ koje je pokazalo kako se pri izboru knjiga većina ispitanih, pored toga što se oslanja na preporuke koje dobije od prijatelja, skoro isto toliko oslanja prilikom odluke i na sažetak koji se nalazi na kraju knjige ili na zadnjoj korici.

U digitalnoj eri nastao je još jedan problem koji treba imati u vidu kada je pitanju stvaranje, odnosno pisanje. Naime, prostor u kojem se autor predstavlja pojavom novih tehnologija (računala, tableta, interneta, blogova...), promijenio je svoje agregatno stanje u kojem „stare“ vrijednosti gube utrk. Nedovoljno su „dinamične“ i publika gubi strpljenje. Novim generacijama čitatelja, klasična djela djeluju neadekvatno, sporo i nezanimljivo i češće se okreću „lakšem“ štivu i suvremenim autorima. U spomenutom istraživanju, pripadnici ispitivane grupe koji su se deklarirali kao „strastveni čitatelji“ kao najčešći razlog za čitanje navode razbibrigu i opuštanje, pa tek onda želju za estetikom, saznanjem, unapređenjem i slične razloge. Očigledno je da je vrijeme potrebno da se pronikne u srž poruke dragocjeno modernom čoveku i on prihvaća samo nešto dovoljno razumljivo i ne previše slojevito. Tako smo se našli u periodu informacijskog društva i sustavu „kreativnih industrija“ u kojem kupac, zapravo, kupuje reklamu, a ne proizvod.

45 Kvalitativno i kvantitativno istraživanje je provela agencija MC Most za potrebe Narodne biblioteke Srbije, 2006. godine. Kvantitativno istraživanje koje je ponovljeno 2011. godine, pokazalo je opadajući trend kupovine knjiga generalno, što se tumačilo padom standarda. Istovremeno, broj onih koji su knjige „skidali“ s interneta besplatno bio je veći u odnosu na 2006. godinu.

Horizontalna i vertikalna očekivanja čitalačke publike

Kriza kvalitete navodi na dublje istraživanje koje izlazi i izvan okvira teorije književnosti i drugih disciplina vezanih za nju samu, pa se tako kao jedan od razloga problema može navesti i globalizacija, još jedna društvena pojava koja se, pored već spomenutog ekonomskog faktora, može se reći, razvija zajedno ili usporedo s njim. Globalizacija, naime, rušeći ekonomske, obara i kulturne barijere i uvodi takav kulturni miks koji najblaže rečeno nameće i određene univerzalne vrijednosti koje se u pojedinim društvima ne mogu promatrati objektivno, te su s naporom u njih i instalirane.

S antropološkog stanovišta, književno djelo, kao izraz određene kulture, obuhvaća tipično „kulturne“ oblike života i izraze – kako realistične tako i fantastične – namijenjene pripadnicima te „kulture“ koji ih mogu razumjeti (Fabiatti, 2002: 230). Druge im pak nisu toliko bliske. Kao dobar primjer ovog modela, Fabiatti sa suradnicima navodi turskog nobelovca Orhana Pamuka i njegov roman „Crna knjiga“ koji za određene kulturne grupe koje nisu upoznate s turskom tradicijom predstavlja isključivo uzbudljiv triler, dok za sve ostale ima i dublje značenje i zapravo predstavlja roman o identitetu. Glavni junak ovog romana (Galip) želi biti kao njegov rođak novinar Čelal. Turska iz Pamukovog romana, na rascjepu između Orijenta i Zapada, zapravo je analogna problemu o kojem se u ovom poglavlju govori.

Dakle, književno djelo može se, kako tvrdi Fabiatti smatrati i određenom vrstom etnografskog dokumenta, ali samo ukoliko ne podlegne izjednačavanju s drugim kulturama, što se u posljednje vrijeme nažalost uglavnom čini. Knjige poput romana „Pazi što želiš, možda ti se i ostvari“ pokrenule su čitavu lavinu već spomenute *chick-lit* ultra lake literature o tzv. sponzoršama, a roman „Da Vincijev kod“ za sobom je povukao mnoštvo drugih naslova o „dekodiranju“ i otkrivanju dugo skrivane povijesne istine. Čak i roman „Ime ruže“ nije ostao bez svojih literarnih sljedbenika. Ova činjenica, naravno, ne bi trebala imati bilo kakve negativne posljedice, jer se u osnovi radi o žanrovskim određenjima. Međutim, pojava je poprimila svoje globalne razmjere, te su se „žanrovske klice“ uhvatile na poljima na kojima nemaju prirodno stanište, potiskujući kulturno naslijeđe o kojem govori Fabiatti.

Nova literarna djela, čini se, donose paradoksalan odnos između teksta i tumačenja. Eco, naime, tvrdi da djelo može i treba predvidjeti vlastitog čitatelja (recipijenta), međutim u tim predviđanjima, izgleda, otišlo se predaleko. Čitatelj dobiva točno ono što očekuje. Na osnovi literature koja se publici nudi na „književnom“ tržištu, može se zaključiti da izazova i nema. Što je ispravno? Teorija zapravo podrazumijeva drugačiju vrstu prognoze.

Čitatelj, dakle, pristupa prvoj stranici teksta s već spomenutim „horizontom očekivanja“ koji tvore, s jedne strane, sve informacije koje je prethodno dobio o tekstu, a s druge strane, sve ono što inače zna o piscu i njegovom stilu, žanru ili vrsti romana koje najradije čita i, s treće strane, ono što dobiva tijekom „probijanja“ kroz samo djelo. Mnogi će pisci reći kako ono što se događa na samom početku ekspozicije romana opredjeljuje čitatelja hoće li uopće nastaviti s čitanjem, ali će mu i pružiti određena očekivanja. U smislu, u kojem pravcu će se otprilike razvijati priča. Tijekom čitanja taj se horizont mijenja, uvija, transformira, vodi dalje od predviđenog pravca i stvara određeno uzbuđenje kod čitatelja.

To povišeno emocionalno stanje je svojevrsan receptivni užitek, potvrda da je čitatelj (kao i sam pisac, po čitateljevu mišljenju) „na pravom putu“. Naravno, „horizont očekivanja“ može biti i iznevjeren i čitatelj, jednostavno rečeno, može biti razočaran u pripovjedački artefakt koji je pred njegovim očima. U tom smislu, možemo reći da ukoliko nema identifikacije s temom, pričom, literarnim likovima, onda nema ni interrelacije, ni elipse čitanja i više nema ni „horizonta očekivanja“. Koliko će se sam pisac baviti „horizontom očekivanja“ svog apstraktnog čitatelja, koliko će mu prilagoditi priču, a koliko će ga, naprotiv, željeti šokirati potpuno nepredvidivom završnicom teksta, ovisi i o žanru djela i o kreativnim sposobnostima umjetnika.

Prije svega, ni pisac ni čitatelj ne žele stvoriti/percipirati tekst čija je poanta jasna i završetak predvidiv već od prvih stranica romana.

Elipsa čitanja

Prema Ecovim tvrdnjama, tekst je umjetna tvorevina, s tendencijom da proizvodi vlastitog uzornog čitatelja (Eco, 2011: 34). On kaže kako se čitateljeva inicijativa sastoji u nagađanju koje treba potvrditi čitav tekst, što znači da se prilikom njegovog tumačenja može nagađati na samo jedan način. Međutim, on pravi razliku između semantičkog i kritičkog tumačenja, odnosno, između tumačenja vezanog za semiozu⁴⁶ i semiotičkog tumačenja, što dovodi do procesa u kojem se mogu razlikovati kategorije aktivnog i pasivnog čitanja.

Pasivno čitanje podrazumijeva prepoznavanje osnovnih tijekova priče, ali se percepcija održava na nivou vidljivog – Označitelja, a ne Označenog, čime se ne postižu ni semioza, ni fokalizacija⁴⁷... – očiglednog, sveprisutnog, materijaliziranog.

Kako tekst, zapravo, ne možemo razumjeti bez konteksta, ispostavlja se da je aktivno čitanje upravo prepoznavanje latentnih, delikatnih, poluprisutnih, naslućivanih nivoa pripovijedanja. Aktivno čitanje je, dakle, proces postavljanja teksta u okvire konteksta i u njemu se ne samo „razumije ono što je pisac htio reći“ već se mnoge stvari i ne razumiju, ali se naslućuju, i aktivan čitatelj prije dolazi do konstatacije „da zna što on (čitatelj) misli povodom spisateljeva napora“. Tako se stvara vlastiti odnos koji je neponovljiv kod drugog čitatelja. Kako dva autora koja stvaraju djelo slične vrste, koji su istog socijalnog, kulturološkog i intelektualnog profila, nikada neće stvoriti identično djelo, tako ni dva čitatelja (istog socijalnog, kulturološkog i intelektualnog profila) pred istim djelom neće imati identičan odnos ma kako (oba) bili aktivni čitatelji.

Imajući u vidu ove činjenice, zanimljivo je usporediti tumačenja koja će, prema jednom tekstu, pružiti različiti čitatelji. Također, zanimljivo je takva tumačenja usporediti i s autorskom intencijom, jednako kao i provjeriti je li i koliko je sam autor svjestan mogućnosti koje njegov tekst omogućava

⁴⁶ Mentalno-psihički proces u kojem, pod određenim uvjetima, neki aspekt okruženja funkcionira kao znak za čovjeka. U tom procesu nastaje značenje znaka, koji sadrži jednu ili više informacija. Pojam je u upotrebu prvi put uveo Charles Sanders Peirce 1907. godine

⁴⁷ Perspektiva iz koje su predložene pripovijedane situacije i događaji.

prilikom interpretacije, tj. tumačenja. Umberto Eco povodom ovakvih eksperimenata upozorava da u takvim slučajevima autorov odgovor ne bi trebalo koristiti kao potvrdu tumačenja, već kao način da se ukaže na nesuglasnosti koje vladaju između njegove intencije i intencije samog teksta (Eco, 2011: 113-114). Primjer za ovu vrstu nedosljednosti može se naći i u svakodnevnom životu. Naime, budući da moderan čovjek sve češće komunicira pisanim putem (e-mail, sms i druge vrste instant poruka, društvene mreže i sl.), nerijetko se događa da, u najblažu ruku, njegov pisani iskaz bude drugačije interpretiran (često se susrećemo s rečenicom „nisam to htio reći“). Imajući u vidu da se mahom radi o pragmatiskim porukama koje bi same po sebi trebale sadržavati veoma malu redundansu, može se samo pretpostaviti koliko je otvorenih mogućnosti za različita tumačenja kada se radi o estetskim porukama kojima književna djela s komunikološkog stanovišta pripadaju i u kojima je redundantnost svakako povišena. Ukoliko u tumačenje uvedemo i kulturološku, antropološku, povijesnu i neke druge perspektive, broj mogućnosti za različite interpretacije se umnožava s brojem ponuđenih stanovišta.

Govoreći o odnosu prema tekstu koji se nalazi između autora i čitatelja, Barthes je 1968. godine najavio „smrt pisca“ i „rođenje čitatelja“ izjavljujući da „jedinstvo tekstualnosti leži ne samo u porijeklu već i njegovom odredištu“ (Barthes, 1977: 148). Dakle, značenje teksta ne ovisi samo o piscu i njegovoj namjeri, nego se uvelike oslanja na čitatelja. Chandler primjećuje kako Barthes ovime implicira da se okviri teksta formiraju ne samo prema tekstovima koje je prethodno pročitao pisac i koji na neki način utječu na njegov izraz, nego i na tekstove koje je prethodno pročitao i usvojio i čitatelj.

Kreacija: umjetnički tekst versus utilitarna estetika

U duhu dosad rečenog treba se, pored ideje o stvaranju literarnog djela, potrage za publikom i tumačenja teksta, osvrnuti i na sam čin stvaranja pod kojim se, uglavnom, podrazumijeva samo pisanje. Kreativno pisanje, dakle, karakterizira prvenstveno estetski, a ne pragmatički smisao. Ukoliko se izostavi (moguća) upotreba kreativnog pisanja u proizvodnji korporativnih pripovjedačkih djela (slogani, oglašavanje u javnosti, pisanje scenarija za reklamu...), onda je zasigurno prava priroda kreativnog pisanja u pokušaju da se stvori roman, drama, televizijski ili filmski scenarij koji neće imati utilitarni već prvenstveno estetski karakter.

Promišljajući na ovu temu dolazi se do teze da je za pisanje, osim dara, potrebno imati i nadahnuće i, iznad svega, potrebu da se autor iskaže tim tekstom. Odnosno, da tekstom, kroz upotrebu vlastite mašte i u skladu s vlastitim stvaralačkim mogućnostima, saopći određenu poruku na indirektan, latentan način, dakle, da komunicira sa svojim čitateljem, ali ne neposredno, onako kako se to čini u novinskom tekstu, članku, izveštaju ili reportaži. Uprkos mnogobrojnim pokušajima teoretičara da naprave krute podjele na ovu ili onu vrstu književnosti (držeci se prvenstveno određenja književnih rodova), s pravom možemo konstatirati kako dobro literarno djelo ima tisuću i jednu manu, a da loša literatura ima samo jednu manu – to što je loša.

Treba napomenuti, upravo u nastavku polemike s mnogim teoretičarima književnosti, da nakon kanona koji su nametali konvencionalni romani 19. stoljeća, moderna 20. stoljeća, kao i postmoderna, danas u doba postpostmoderne roman postaje jedina književna vrsta bez kanona (kako bi to rekao Mihail Bahtin) i da je njegova komunikativnost s čitateljem važna, ali ne i jedina kategorija koja se prilikom stvaranja ili percipiranja mora uzeti u obzir.

To ne znači da je literarna komunikacija direktna, već je indirektna (posredna) i kao takva može se formirati putem osnovnih načela kreativnog pisanja. U svakom umjetničkom djelu postoji direktna poruka, ali i ona, mnogo važnija za suvremenu književnost, indirektna ili latentna.

Čak i ako se uzmu u obzir mnoga opća mjesta i romansirana predstava posla pisca koju nam se nameće u svakodnevnoj komunikaciji: da je riječ o usamljenicima koji jednostavno nisu sposobni direktno komunicirati s drugim živim bićima, da je pisanje duhovna djelatnost koju okružuju mistička stanja i raspoloženja... – moramo zapaziti kako suvremeni pisac itekako umije i želi da posredstvom svog teksta komunicira s vanjskim svijetom. Ali na način koji je prije alegorijski ili metaforičan, a nikako direktan. Dakle, na onaj način koji se u samoj svojoj suštini razlikuje od, recimo, novinarskog načina komunikacije putem teksta.

Može se tako konstatirati kako kreativno pisanje treba biti nešto što, bilo kod pisca ili čitatelja, hrani ponajviše duhovne i duševne, a ne kognitivne (saznajne) potrebe. Naravno i njih, ali prvenstveno estetske.

Vratimo se na trenutak polemici s mnogobrojnim suvremenim teoretičarima književnosti – pojam originalnosti literarnog djela bio je prethodna odlika kvalitete u doba moderne, na početku prošlog stoljeća. Međutim, danas s pravom možemo reći kako je svako djelo, dobro ili loše, samo po sebi originalno, pa čak i onda kada se naslanja na drugo djelo (postmoderno pismo); preuzima i citira neko drugo djelo (intertekstualnost); obrađuje izvjesnu povijesnu temu ili epohu (parapovijesno ili pseudopovijesno pismo). Zašto? Zato što svaka autorska intervencija dovodi, uvjetno rečeno, do pojma originalnosti. Odnosno, stvaranja novog djela, bez obzira na kojim i čijim temeljima je ono nastalo. Tako ga, prije svega, doživljava suvremeni čitatelj.

Dakle, kreativno pisanje se od drugih vrsta pisanja razlikuje prvenstveno po indirektnosti, latentnosti plasiranja poruke, po prisustvu stvaralačkog procesa, po originalnosti, imanenciji, invenciji, inovaciji, pjesničkoj (spisateljskoj) slobodi izraza i antiutilitarnosti napisanog (pisanje koje služi samo estetskoj i duhovnoj komunikaciji pisca i čitatelja putem literarnog djela kao medija)...

Pod ovim pojmom također se podrazumijeva i upotreba jezika i svih njegovih karakteristika radi otkrivanja novih mogućnosti oblikovanja i postizanja novih dometa. Ali, najčešće u onim slučajevima koji nisu, još jednom, utilitarnog već prije isključivo estetskog razloga.

Sam naziv ove discipline koji ostavlja puno mjesta za polemike, afirmacije i osporavanja – kao što je uvijek slučaj kada jedna umjetnost, šire shvaćena, pokušava emanirati samo određeni svoj dio; odnosno, uvijek kada se pojavi neka nova poetika koja tumači nešto što mislimo da dobro poznajemo

– dolazi iz djela (tehničkog kataloga) američke spisateljice i teoretičarke književnosti Dorotheje Brande, koja 1934. godine objavljuje djelo pod nazivom „Becoming a Writer“ („Postati pisac“). Ma koliko ovaj novi termin unio zabunu u intelektualne krugove tog doba (Koje pisanje nije „kreativno“ samo po sebi?) čini se da je upravo u periodu između dva svjetska rata bilo potrebno napraviti razliku između kreativnog i ostalih javnih oblika pisanog teksta, odnosno pripovijedanja.

Upravo zato što je period između dva svjetska rata iznjedrio modernističke poglede na umjetnost, stvorio svojevrсни embrij iz kojeg će narasti pojmovi multimedijalnost i interdisciplinarnost u pisanoj riječi, naglu potrebu za artefaktima novinarstva, posebno reportaže, otvaranje specijaliziranih agencija za javno oglašavanje (*advertising*), zatim pojavu velikog broja pisaca i pjesnika, posebno na njujorškoj umjetničkoj sceni... – sve je to, dakle, dovelo do potrebe da se književnost u svojim javnim oblicima pregrupira i redefinira.

Koliko god ovaj termin bio osporavan, toliko je bio i „branjen“ od strane onih koji su zastupali stanovište (izrečeno, doduše, već kod Aristotela) da je osim prirodnog dara ili genijalnosti, piscu potrebno ovladavanje konkretnim vještinama i načelima kreativnog pisanja kako bi njegovo djelo bilo, da parafraziramo velikog Aristotela, estetski lijepo. (Što su drugo nego upravo to tradicionalne studije dramaturgije na mnogobrojnim fakultetima dramskih umjetnosti ili akademijama širom svijeta, koje, ukoliko već ne mogu nužno „načiniti“ nekog dramskog pisca, onda svakako mogu obučiti darovitog potencijalnog dramskog pisca da shvati medij i svoje pisanje uputi u pravcu medija za koji stvara.) „Može se spomenuti i Meryl Robinson, američka spisateljica romana, koja ne piše mnogo, ali čija se djela ubrajaju u vrh najkvalitetnije književne produkcije u SAD-u, a koja je profesorica kreativnog pisanja... Najpoznatija norveška liričarka Tone Hoedneboe (rođena 1962. godine) studirala je engleski jezik i pohađala školu kreativnog pisanja, a danas predaje taj predmet na Akademiji za kreativno pisanje u Hurdalandu... O razvoju kreativnog pisanja kao nove discipline i o afirmaciji sveučilišne nastave kreativnog pisanja, govori i podatak da su neki od najčitanijih pisaca u svijetu završili upravo te studije. Neki od njih su postigli svjetsku popularnost, kao što je to Tracy Chevalier (autor romana „Devojka s bisernom naušnicom“), koja na početku novog stoljeća zauzima vodeće mjesto među piscima bestselera“, podsjeća u svojoj studiji Stojan Đorđić. (Đorić, 2009: 165-166)

Artefakti kreativnog pisanja

U modernoj književnosti čitatelj se najčešće može susretati sa samo jednom vrstom književnog „proizvoda“. Naime, tržište je očigledno uspješno diktiralo potrebe, te se autori rjeđe okreću noveli ili priči, a još manje poeziji kao vrsti estetskog izražavanja. Roman je, s druge strane, artefakt koji u sebi baštini iskustva epa (mnogi teoretičari smatraju da je roman naslijedio ep), drame (kako bez „dramatične radnje“ nema dobrog romana), ali i unekoliko lirike (roman posjeduje dovoljno prostora koji dozvoljava pasaže, lirska i izrazito određena mitopoetska mjesta). U tom smislu roman je najambiciozniji i definitivno najreprezentativniji proizvod pripovijedanja, a samim tim i kreativnog pisanja. Kvalitetan roman posjeduje početak, zaplet, razradu, rasplet, poantu, biografiju, biologiju i psihologiju lika/ova, protagonista i antagonista, reminiscenciju, introspekciju junaka, najsloženiji mogući motivacijski sklop (u odnosu na druge artefakte kreativnog pisanja), naglašena stanja (psihološku/poetsku autoevaluaciju) literarnog lika/ova, posebno izraženo idejno/ideološko Vjeruju autora (ideologiju kao dio autorske itendacije) i što je najvažnije praktično bezgranično prostiranje. Na koliko će se strana prostirati jedan roman (kolika će biti njegova vehementnost) ne ovisi, kako se to obično misli, o autorovoj namjeri, već o *organice* priče koju pripovijeda. U tom smislu pisac „raspisuje“ roman na onoliko stranica za čiji broj vjeruje da prirodno prate početak, zaplet, rasplet i kraj priče i umetnutih priča (bočnih ili paralelnih) i zaustavlja svoju naraciju u trenutku u „kojem ona, jednostavno, ne može biti prostranija“. Zato je prednost romanesknog stvaranja i emanacije kreativnog pisanja u romanu nelimitiranost ili antilimitiranost (ograničenje/ograničavanje). Tako je suvremeni roman najčešće literarno djelo koje „samo po sebi“ određuje koliko će trajati i ne podliježe gotovo nikakvim kanonima (osim već spomenutim osnovnim načelima kreativnog pisanja).

Mnogi bi autori (filolozi, filozofi, ali i dramaturzi) dramu, filmski i televizijski scenarij rado „odrodili“ od svekolike književnosti i kreativnog pisanja i predstavili ih isključivo kao dramsku umjetnost. Drama i filmski i televizijski scenarij, zaista, pripadaju dramskim (prikazivačkim) umjetnostima, ali samo ukoliko uzmemo da su oni „predložak“ ili „predtekst“ predstave. Odnosno, nešto što više, u kreativnom smislu, imaju veze s redateljskom i glumačkom umjetnošću i pratećim vještinama, nego s literaturom. Ukoliko se kaže da su drama i filmski i televizijski scenarij, kao artefakti, ne samo proizvodi kreativnog pisanja već i važan (možda i „noseći“) dio dramske umjetnosti, onda teško da govorimo o „predlošku“, „predtekstu“ ili „libretu“ za rediteljsko/glumačko „razigravanje“ – već se govori, također, o proizvodu kreativnog pisanja.

U prostoru objektivizacije vlastitog stvaralaštva važnu ulogu igra „samoprepoznavanje“ određenih moći. U tom smislu možemo zaključiti kako razni oblici pripovijedanja pogoduju određenim piscima dok onim drugima ne.

Ukoliko zaključimo da su na području kreativnog pisanja i pripovjedalaštva uopće zastupljeni mediji kao što su, prvenstveno, roman, potom priča i pripovijetka; drama (komedija i tragedija sa svojim mješovitim vrstama); filmski i televizijski scenarij – odnosno da oni, u trenutku u kojem živimo, predstavljaju osnovne nositelje kvalitete pripovijedanja – onda nam postaje potpuno jasno zašto

su se neki autori specijalizirali za određene vrste pripovijedanja.

Roman, priču ili pripovijetku u današnje vrijeme pišu prvenstveno oni autori koji obraćaju posebnu pažnju na deskriptivno (opisno), idejno i ideološko, na stanja i psihologiju svojih literarnih likova, a nešto manje na njihovu djelatnu aktivnost, na potrebu da zabilježe određeni period civilizacije (najčešće recentni, aktualni) s njegovim prerogativima.

Suvremeni romanopisac ima, u većem dijelu svoje umjetničke transcendencije, retroaktivan estetski svjetonazor – on cijeni i njeguje priču i smatra da se u priči nalaze najvažniji prerogativi pripovijedanja. Neki od suvremenih svjetskih pisaca poput Khaleda Hosseinija („Hiljadu čudesnih sunaca“, „Lovac na zmajevе“), Amina Malufa („Saladin“, „Samarkand“), Pera Pettersona („Idemo da krademo konje“, „Kleta rijeko vremena“), Josteina Gaardera („Sofijin svijet“, „Kći direktora cirkusa“), Dena Brauna („Da Vincijev kod“, „O anđelima i demonima“), Christopha Ransmayra („Užasi leda i mraka“, „Morbus Kithara“), Neila Gaimana („Američki bogovi“, „Čarobna prašina“), Salmana Rushdija („Satanski stihovi“, „Kako me je voljela“), Paula Austera („Levijatan“, „Mjesečeva palača“), svoj stvaralački genij, bez obzira na to jesu li nagrađivani ili pripadaju u autore takozvanih „blokastera“, najtiražnijih knjiga, ispoljavaju gotovo isključivo na području romana.

S druge strane, suvremeni dramski pisac mnogo više pažnje obraća na aristotelovsku kategoriju djelatnosti svojih likova, na događaje i brzinu (odnosno ritam i tempo svog pripovijedanja), na dijalog (koji je osnovno sredstvo dramske interpunkcije) i dijalošku ekonomiju, na didaktičnost (poruku ili pouku) svog dramskog teksta, na njegovu sceničnost (prikazivačke mogućnosti koje sa sobom nosi tekst čiji su autori), na dramska jedinstva (ako ne doslovno na jedinstvo vremena i mjesta, onda sigurno na jedinstvo radnje), na efektnost (literarno/scensku „prijemčivost“ svog djela), na refleksivnost (prikazivanje suvremene teme u suvremenom kontekstu)... Spomenimo neke od suvremenih dramskih pisaca kao što su Ronald Harwood (drame „Garderobar“, „Na čijoj strani“), Martin McDonagha („Ljepotica Leenanea“), David Her („Nebeska svjetlost“, „Dah života“), Sarah Kane („Koža“, „Fedrine ljubavi“, „Psihoza 4.48“), Patrick Marber („Don Juan u Sohou“, „Muzičari“)...

Nešto sasvim drugo karakterizira pisce koji su se odlučili za scenarijski posao u filmskoj i televizijskoj (poglavito američkoj i britanskoj) industriji – spremnost na timski rad, spremnost na parcijalni (djelimičan rad), posebno aktivan odnos prema dramaturškoj ekonomiji, brzini „protoka informacija“, trajanju pripovijedanja, posebno fleksibilan odnos prema producentima i izvršnim producentima projekta, svakodnevni scenarijski posao kada je riječ o TV serijama, spremnost na promjene smisla i značenja projekta, spremnost za rad na adaptacijama, „izmaštavanju“ nastavaka serijala i filmova koji moraju, po spomenutoj geteovskoj skali, biti originalni, ali i prepoznatljiviji istovremeno... Autori poput Chrisa Cartera („Dosjei X“), Johna Sullivana („Mućke“), Maxa Mutchnicka („Will i Grace“), Ann Donahue i Anthonyja E. Zuikera („Mjesto zločina“), Tolkien/Fran Walsh („Gospodar prstenova“) u svom stvaralačkom nastupu baštine upravo spomenute kategorije „spremnosti na posebnu vrstu pripovjedalačkog rada“.

Zaključak

Čak i u svakodnevnom životu određene događaje smještamo u određene žanrovske okvire zahvaljujući formi, sadržaju ili strukturi samog tog događaja. Tako, zahvaljujući tim poznatim obrascima, „stvarni svijet možemo čitati kao umjetničko djelo“, ali i izmišljene svjetove, tako male i varljivo ugodne, možemo ih stvoriti složenim, proturječnim i provokativnim kao stvarni svijet (Eco, 2002: 137). Međutim, svjedoči se vremenu u kojem je s jedne strane publika pasivni primatelj zabavnog programa, bez bazične želje da iz pisca i njegovog djela izvuče nešto više od jednostavne razbibrige, dok s druge strane ni pisac nema previše jaku motivaciju da nešto više pruži. U deficitu kvalitete, jednostavni ili bolje rečeno jednoslojni tekstovi proglašavaju se književnim delima, bez realne dubinske analize. Potrošačka domena je jedino polje u kojem se kreće suvremena kulturologija, a važnost primatelja poruke ogleda se uglavnom u platežnoj moći i nivou ovisnosti o kupovini. Estetika, pa čak i etika, u odnosu autora i njegovog djela je, izgleda, ostavljena potpuno po strani kao nešto što je potencijalno opasno.

Literatura:

- Bahtin, Mihail (1967) Problemi poetike Dostojevskog, Zepter Book World, Beograd
- Barthes, Roland (1977) Image-Music-Text, Fontana Press, London
- Benjamin, Volter (1974) Eseji, Nolit, Beograd
- Berk, Piter (2010) Osnovi kulturne istorije, Clio, Beograd
- Chandler, Daniel (2000) An Introduction to Genre Theory, <http://www.aber.ac.uk/> [11.11.2013. 16:50]
- Chandler, Daniel (2007) Semiotics: The Basics, Routledge, New York
- Đorđić, Stojan (2009) Kreativno pisanje, čitanje i interpretacija, Megatrend univerzitet, Beograd
- Eco, Umberto (1981) The Role of the Reader, Hutchinson, London
- Eko, Umberto (2001) Granice tumačenja, Paideia, Beograd
- Eko, Umberto (2002) Šest šetnji kroz narativnu šumu, Alfa – Narodna knjiga, Beograd
- Fabijeti, Ugo i saradnici (2002) Uvod u antropologiju, Clio, Beograd
- Fisk, Džon (2012) *Popularna diskriminacija*, u: Jelena Đorđević (ured.), Studije kulture - zbornik, Službeni glasnik 339-346, Beograd
- Fiske, John (1982) Introduction to Communication Studies, Routledge, London
- Gir, Čarli (2011) Digitalna kultura, Clio, Beograd
- McLuhan, Marshall & Quentin Fiore (1967) The Medium is the Message, Bantam New York

- McLuhan, Marshall (1962) *The Gutenberg Galaxy*, University of Toronto Press, Toronto
- Mekdonald, Dvajt (2012) *Teorija masovne kulture*, u: Jelena Đorđević (ured.), *Studije kulture - zbornik*, Službeni glasnik 51-65, Beograd
- Miletić, Mirko i Miletić, Nevena (2012) *Komunikološki leksikon*, Megatrend Univerzitet, Beograd
- Milivojević, Tatjana (2011) *Psihologija stvaralaštva*, Megatrend univerzitet, Beograd
- Prins, Džerald (2011) *Naratološki rečnik*, Službeni glasnik, Beograd
- Valek, Rene i Voren, Ostin (1991) *Teorija književnosti*, Beograd, Nolit
- Vederil, Rob (2005) *Kolaps kulture*, Clio, Beograd

The Ellipse of Contemporary Reading or the Genre Nonsense

Abstract

In the economic struggle, literary or rather, publishing overproduction has turned a book among other things, into commercial product, and the trend of frantic printing has spawned some new literary or "literary" genres. New literature, it can be said, has simplified the language, and to some point the literature itself. Thus, the emergence of the so-called "women writers" (chick lit-literature for chicks) in many ways devalued and degraded "women's writing" - french feminist critique of society and the emergence of "airport novel" even more simplified the thriller that is easy reading by itself.

The article problematizes the emergence of new genres as a way of playing up to the target groups, which also encourages the decadence of literature as art. It also discusses the issue of "lightness" of literature and attempts to answer whether any "easier" writer causes a "lighter" mind readers.

Key words: *literature, intelligence, genres, light literature, decadence of literature.*